

2019-2025年中国广告行业市场调研分析及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国广告行业市场调研分析及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/437569.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2014-2018年全球广告产业运行总况13

第一节 世界广告业运行概况13

一、世界广告业发展历程13

二、世界广告媒体发展分析15

三、世界广告业的逻辑发展轨迹解析16

四、金融危机中对海外广告市场的影响分析27

第二节 2014-2018年世界广告业收入数据监测35

一、按地域统计35

二、按媒体类型统计36

三、按照行业统计37

第三节 世界广告业发展趋势分析37

第二章 2014-2018年中国广告行业运行新态势分析41

第一节 2014-2018年中国广告业运行总况41

一、中国广告业规模41

二、中国广告市场洗牌在即41

三、中国广告业的产业组织结构解析42

第二节 2014-2018年中国广告市场上的外资发展分析47

一、国外广告公司加速进军中国47

二、外资加速在华新媒体广告业布局48

三、全球广告巨头中国市场竞争动态分析48

四、中国广告产业外资影响分析50

第三节 2014-2018年中国广告市场存在问题分析52

一、中国广告行业的“多米诺效应”分析52

二、广告业的市场壁垒效应分析54

三、新兴媒体侵占传统媒体广告空间55

第四节 2014-2018年中国广告市场发展对策分析57

- 一、中国广告行业要实行集团化发展57
- 二、中国广告教育需要新思维60
- 三、广告目标受众问题对策解析68
- 四、有效广告投放途径分析75

第三章 2014-2018年中国广告市场运行形势分析76

第一节 2014-2018年中国广告市场规模分析76

- 一、中国广告市场规模76
- 二、中国广告公司数量增速放缓80
- 三、三大主流媒体广告收入状况80

第二节 2014-2018年中国广告行业规模81

- 一、不同媒体广告份额81
- 二、不同行业广告投放83
- 三、区域广告市场84

第三节 2014-2018年央视广告招标85

- 一、2012-2018年历年招标金额85
- 二、2014-2018年央视招标行业结构87

第四节 2014-2018年广告投放情况分析88

- 一、广告投放分析88
- 二、广告投放媒体排名89
- 三、广告投放品牌排名91

第四章 2014-2018年中国本土广告企业运行新格局分析93

第一节 2014-2018年中国本土广告企业运行概况93

- 一、广告行业呈现“外进国退”现象93
- 二、本土广告公司“小、散、乱”93
- 三、亟待战略转型突破市场重围94
- 四、本土广告公司亟待突破利润瓶颈95

第二节 2014-2018年中国广告公司动态分析96

- 一、中国网络广告代理公司竞争格局96
- 二、本土广告公司开辟新业务应对国际竞争98
- 三、4A广告公司发展的经营业态分析100
- 四、本土广告公司发展的方向透析101

第三节 2014-2018年中国广告公司面临的问题与对策102

- 一、传统型广告代理公司的生存现状堪忧102
- 二、国内广告公司自身存在的主要问题103
- 三、新媒体给传统广告公司带来强势挑战105
- 四、本土广告公司持续发展的对策106
- 五、塑造本土广告公司核心竞争力的对策109
- 第四节 2014-2018年中国广告企业成功案例解析113
 - 一、南京卓越形象品牌传播事业机构113
 - 二、大唐灵狮113
 - 三、分析师结论115
- 第五章 2014-2018年中国三大主流广告媒体透析116
 - 第一节 电视广告116
 - 一、电视媒体在传统四大媒体中的地位116
 - 二、网络时代电视媒体的生存态势119
 - 三、视觉文化环境下电视广告的发展127
 - 四、中国移动电视广告市场规模分析132
 - 五、中国电视广告市场将持续增长132
 - 第二节 报纸广告133
 - 一、中国报纸产业发展及其重要推动力分析133
 - 二、报纸仍然是刊登广告的最佳媒体133
 - 三、中国报纸广告市场份额分析136
 - 四、国内报纸广告收入增长减缓亟须创新136
 - 第三节 广播广告139
 - 一、中国广播媒体价值继续攀升139
 - 二、广播的独特广告价值优势144
 - 三、中国交通广播广告创收情况145
 - 四、中国广播广告的经营与发展分析147
 - 五、广播广告的数据化营销详解152
 - 第四节 互联网广告153
 - 一、中国互联网广告商机逐渐显现153
 - 二、市场疲软互联网广告下挫分类网站成热点159
 - 三、快速消费品网上热卖网络广告针对性受推崇161
 - 四、网络视频广告模式发展势头强劲165
 - 五、网络游戏广告营销手段升级166

第六章 2014-2018年世界五大广告集团运行浅析170

第一节 国际广告集团发展概况170

- 一、世界五大广告集团发展回顾170
- 二、国际广告集团加速在华扩张步伐173
- 三、国际广告集团的经营模式解析175

第二节 OMNICON集团176

- 一、OMNICON集团简介176
- 二、2014-2018年OMNICON经营状况分析178

第三节 WPP集团185

- 一、集团简介185
- 二、WPP集团的成长战略轨迹分析185
- 三、WPP经营状况分析193
- 四、WPP与谷歌启动研究新媒体广告消费动向198

第四节 INTERPUBLICGROUP199

- 一、INTERPUBLIC简介199
- 二、2014-2018年INTERPUBLIC经营状况分析199

第五节 阳狮集团204

- 一、集团简介204
- 二、实力传播公司发展状况205
- 三、阳狮集团在美收购PBJs公司扩展营销业务207
- 四、阳狮集团进一步扩大在华份额207

第六节 日本电通集团210

- 一、电通集团简介210
- 二、日本电通广告优秀著作进入中国书市212
- 三、电通携手日本雅虎抢摊新型广告市场212
- 四、电通集团经营状况分析213

第七章 2014-2018年中国广告主体企业竞争力分析与关键性财务数据分析214

第一节 分众传媒（中国）控股有限公司214

- 一、企业概况214
- 二、产品与服务215
- 三、楼宇液晶广告215
- 四、卖场终端联播网216
- 五、公寓电梯联播网（框架）217
- 六、商旅人士联播网218

七、2012-2018年经营发展状况219

第二节 中视传媒股份有限公司225

一、企业概况225

二、企业主要经济指标分析226

三、企业盈利能力分析229

四、企业偿债能力分析230232232

第三节 北京巴士传媒股份有限公司233

一、企业概况233

二、企业主要经济指标分析234

三、企业盈利能力分析237

四、企业偿债能力分析238239240

第四节 湖南电广传媒股份有限公司241

一、企业概况241

二、企业主要经济指标分析242

三、企业盈利能力分析245

四、企业偿债能力分析246247248

第五节 广东九州阳光传媒股份有限公司249

一、企业概况249

二、企业主要经济指标分析249

三、企业盈利能力分析252

四、企业偿债能力分析254255256

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司256

一、企业概况256

二、企业主要经济指标分析258

三、企业盈利能力分析260

四、企业偿债能力分析262263264

第七节 成都博瑞传播股份有限公司264

一、企业概况264

二、企业主要经济指标分析265

三、企业盈利能力分析268

四、企业偿债能力分析269271271

第八章 中国广告产业前景展望与趋势预测273

第一节 中国广告行业发展趋势预测273

一、中国广告市场未来几年发展潜力巨大273

二、广告业竞争在规模和专业领域呈现两极分化趋势273

三、广告行业越来越重视资本运作274

四、数字化技术成为影响广告业发展的重要力量274

第二节 中国广告行业态势预测274

一、中国报刊广告市场发展预测274

二、中国网络广告市场发展预测275

三、中国车载移动电视广告市场预测275

四、中国广告市场预测276

第九章 中国广告产业前景展望与趋势预测278

第一节 2019-2025年中国广告业投资政策环境分析278

一、发改委提指导意见促广告业发展278

二、港澳在粤投资广告业不再需要北京审批286

三、深圳市出台政策大力扶持广告业286

四、福州出台措施扶持广告业发展288

第二节 中国广告业投资机会分析288

一、金融危机下中国广告市场的投资机遇288

二、“第五媒体”广告市场孕育巨大商机292

三、网络游戏市场受青睐293

四、移动电视媒体广告价值受肯定294

五、国际广告公司积极开发二线城市296

第三节 中国广告业投资风险预警296

一、金融风险296

二、技术风险297

三、政策风险297

四、其它风险298

第四节 投资建议299

图表目录：

图表1：2014-2018年世界广告业收入分析35

图表2：2018年世界广告业收入地区分布35

图表3：2018年世界广告业收入媒体类型分布36

图表4：2018年世界广告业收入行业类型分布37

图表5：2018年全国市场各行业广告投放变化83

图表6：同比增长最快的前二十行业小类83

图表7：2018年央视黄金广告招标会企业中标价格一览87

图表8：新闻联播10秒广告中标价格87

图表9：2013-2018年全国广告市场月度投放变化88

图表10：2013-2018年电视广告市场月度投放变化89

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/437569.html>